

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi Massa

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi atau communicational berasal dari bahasa Latin “*communis*”. *Communis* atau dalam bahasa inggrisnya “*common*” berarti sama. Jadi, apabila kita berkomunikasi (*to communicate*), ini berarti ketika dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan suatu persamaan (*commonness*) dalam hal sikap dengan seseorang. Jadi, pengertian komunikasi adalah proses “menghubungi” atau “mengadakan perhubungan”⁶.

Harlod .D. Laswell menyatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan adalah menjawab pertanyaan: *Who says what? In wich channel? To whom? With what effect?* Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek (akibat) tertentu⁷.

Wilbur Schramm mengatakan dalam buku Suhadang, komunikasi selalu menghendaki adanya paling sedikit tiga yaitu sumber (*source*), pesan (*message*), dan sasaran (*destination*)⁸.

⁶ Rosmawati, *Mengenal Ilmu Komunikasi*, Widya Padjadjaran, Bandung, 2010, hlm. 17.

⁷ Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009, hlm. 3.

⁸ Kustiadi Suhadang, *Pengantar Jurnalistik, Seputar Organisasi, Produk & Kode Etik*, Nuansa, Bandung, 2010. Hlm 16

Berdasarkan sebagian definisi tentang komunikasi diatas dapat disimpulkan bahwa kata kunci dari komunikasi adalah sesuatu makna atau pengertian yang terdapat dalam setiap pesan (ide, gagasan, Informasi, perasaan, dan lai-lain) yang perlu dipahami bersama oleh pihak yang terlibat didalamnya.

2.1.2 Pengertian Massa

Menurut Gustave Le Bon dalam buku Tamburaka. massa merupakan suatu kumpulan orang banyak, Berjumlah ratusan atau ribuan yang berkumpul dan mengadakan saling hubungan untuk sementara waktu karena minat atau kepentingan bersama yang bersifat sementara.⁹

Menurut Rosmawati ciri-ciri massa antara lain sebagai berikut¹⁰:

- a. Terdiri dari orang-orang dalam segala lapisan dan tingkatan dalam masyarakat
- b. Bersifat anonym dan heterogen.
- c. Diantara mereka tidak terdapat interaksi atau pertukaran pengalaman, karena terpisah antara satu dengan yang lainnya.
- d. Tidak mampu bertindak secara teratur karena longgar dalam ikatan organisasi

⁹ Apriadi Tamburaka, *Agenda Setting Media Massa*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013. Hlm 11

¹⁰ Rosmawati, *Mengenal Ilmu Komunikasi*, Widya Padjajaran, Bandung, 2010. Hlm 199

- e. Baik massa terlihat maupun tidak terlihat mempunyai ikatan pikiran, pertalian jiwa atau persamaan perasaan.
- f. Massa tidak dapat berpikir secara kritis dan rasional, mudah percaya dan mudah di sugesti.
- g. Massa mudah tersinggung, sangat fanatik, bersemangat, berani, dapat berbuat sesuatu tanpa memikirkan tanggung jawab.

2.1.3 Pengertian Komunikasi Massa

Nurudin menjelaskan komunikasi massa adalah komunikasi yang melalui media massa (media cetak dan elektronik) yang disalurkan menggunakan teknologi modern untuk mencapai khalayak dengan jumlah yang sangat besar dan memiliki efek pasti kepada audiensnya¹¹. Dengan melihat kondisi fenomena mengenai pemberitaan di media online yang termasuk dalam kategori komunikasi maka peneliti menggunakan teori-teori komunikasi massa dalam studi yang akan dilakukan.

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film¹².

¹¹Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Rajawali Pers, Jakarta, 2007, hlm. 4-5.

¹²Hafield Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 37.

McQuail¹³ menyebut ciri utama komunikasi massa dari segi-segi berikut ini:

- a. Sumber, bukan satu orang, melainkan organisasi formal, pengirimnya sering merupakan komunikator profesional.
- b. Pesan, beragam, dapat diperkirakan, dan diproses, distandarisasi, dan selalu diperbanyak – merupakan produk dan komoditi yang bernilai tukar.
- c. Penerima merupakan bagian dari khalayak luas.
- d. Mencakup kontak secara serentak antara satu pengirim dan banyak penerima.

Komunikasi massa hanya merupakan salah satu proses komunikasi yang berlangsung pada peringkat masyarakat luas, yang identifikasinya ditentukan oleh ciri khas institusionalnya (gabungan antara tujuan, organisasi, dan kegiatan yang sebenarnya). Karena permasalahan komunikasi massa yang bersifat komprehensif, maka komunikasi massa pun melibatkan gagasan yang berkenaan dengan setiap proses komunikasi lainnya seperti komunikasi individu, antar pribadi, kelompok, dan organisasi.¹⁴

Dapat disimpulkan bahwa individu menerima dan menangani banyak informasi dari media massa. Banyak percakapan yang terjadi di masyarakat yang menyangkut media dan isinya. Hubungan antar

¹³Denis McQuail dalam Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Ar-Ruzz Media, Yogyakarta, 2010, hlm. 194.

¹⁴ Denis Mc Quail, *Teori Komunikasi Massa Edisi Kedua*, Terj. Agus Dharma dan Aminudin Ram, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1996, hlm. 7.

kelompok, dan institusi sosial lainnya sering kali dimuat dalam media massa dan diterima kembali oleh masyarakat, serta dipelajari dengan cara yang kurang lebih sama dengan kenyataan yang sebenarnya. Proses ini dinamakan proses komunikasi di masyarakat.¹⁵

2.2. Media Massa

Istilah “media massa” merujuk pada alat atau bisa disebut cara terorganisasi untuk berkomunikasi secara terbuka dalam jarak yang cukup jauh kepada masyarakat luas dalam jarak waktu yang ringkas. Media massa bukan sekedar alat satu-satunya, melainkan juga institusionalisasi dalam masyarakat melalui kekuasaan yang ada maupun melalui kesepakatan-kesepakatan lain.

Kata massa, yakni suatu makna yang berpatokan pada kolektivitas tanpa bentuk, yang komponen-komponenya sangat sulit dibedakan satu sama lain. Dalam kamus bahasa Inggris ringkas memberikan definisi arti “massa” yang sering digunakan para ahli sosiolog, khususnya bila di pakai dalam kaitannya dengan khalayak media.¹⁶ McQuail menguraikan definisi dan fungsi media sebagai berikut¹⁷:

- a. Industri pencipta lapangan kerja, barang, dan jasa serta menghidupkan industri lain;

¹⁵ Dyah Dalila Adani, “Analisis Framing Pada news Media Online Detik.com & VIVA.co.id edisi 26 Oktober – 31 Desember 2014”, UMM Malang, Malang, 2010, hlm. 16.

¹⁶ *Ibid*, hlm. 31.

¹⁷ Nurani Soyomukti, op. Cit. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, hlm 198

- b. Sumber kekuatan kontrol, manajemen, dan inovasi masyarakat;
- c. Lokasi (forum) untuk menampilkan peristiwa masyarakat;
- d. Wahana pengembangan kebudayaan tata cara, metode gaya hidup, dan norma;
- e. Sumber dominan citra individu, kelompok, dan masyarakat.

Sebagai bentuk komunikasi massa, media massa memiliki karakter yang kita lihat dalam kehidupan sehari-hari, antara lain ¹⁸:

- a. Publitas: Media massa adalah produk pesan dan informasi yang disebarluaskan kepada publik, khalayak, atau orang banyak;
- b. Universal: Pesan bersifat umum dan tidak dibatasi pada tema-tema khusus, berisi segala aspek kehidupan, semua peristiwa di berbagai tempat, menyangkut kepentingan;
- c. Periodisitas: Waktu terbit atau tayangnya bersifat tetap atau berkala, misalnyaharian, atau sekian jam per hari;
- d. Aktualitas: Berisi informasi baru. Aktualitas juga berarti kecepatan penyampaian informasi kepada publik.

Bisa dikatakan bahwa media massa adalah medium bagi proses komunikasi massa. Media massa yang mampu menjangkau khalayak secara luas memiliki banyak jenis diantaranya media massa online sebagai generasi baru dari media massa konvensional (surat kabar, tabloid, majalah dan buku) serta jurnalisme penyiaran (televisi dan radio).

¹⁸ *Ibid*, hlm. 199.

2.3. Jurnalisme *Online*

Jurnalisme *online* atau *cyber journalism* merupakan generasi baru dari aspek kegiatan jurnalistik setelah jurnalistik konvensional (jurnalistik media cetak, seperti surat kabar, buku dan majalah) dan jurnalistik penyiaran (radio dan televisi). Jurnalistik sendiri dipahami sebagai proses peliputan, dan penyebarluasan informasi atau berita melalui media massa. *Online* juga di pahami sebagai konektivitas (ketersambungan) mengacu kepada internet *world wide web* (www).

Online merupakan bahasa internet yang berarti “informasi dapat di akses dari mana saja dan kapan saja” selama ada jaringan internet (konektivitas).¹⁹ Sehingga, jurnalisme *online* dapat didefinisikan sebagai pelaporan fakta yang diproduksi dan disebarkan melalui internet.

Menurut pedoman dari pemberitaan Media Siber (PPMS) yang dikeluarkan Dewan Pers mengartikan media siber sebagai segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan undang-undang pers dan standar perusahaan pers yang ditetapkan Dewan Pers.²⁰

Kelebihan dari jurnalisme *online* adalah sajian beritanya tidak memiliki batasan halaman seperti pada surat kabar atau batasan waktu (durasi) pada televisi serta radio. Memuat semua isi konten teks, video, audio, juga foto secara bersamaan. Audiens pun dapat memperoleh segala

¹⁹ Asep Syamsul dan M. Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*, Nuansa Cendika, Bandung, 2012, hlm.12.

²⁰ *Ibid*, hlm. 30.

informasi tanpa terasa tersiksa. Mereka bisa kapan saja dan di mana saja untuk melihat berita.

Jurnalisme *online* merupakan bagian dari kegiatan jurnalisme secara keseluruhan, menempatkan standar kerja dan etika yang jelas. Kebenaran jurnalisme *online* juga merupakan kebenaran verifikasi, sebagaimana berlaku pada jurnalisme konvensional.

2.4. Prinsip Jurnalisme Online

Asep Syamsul dan M.Romli²¹ dalam “Panduan Praktis Mengelola Media online” menyebutkan ada lima prinsip dasar jurnalistik online yang disingkat B-A-S-I-C, antara lain:

- a. *Bravity* (keringkasan) Berita *online* dituntut untuk bersifat ringkas, untuk menyesuaikan kehidupan manusia dan tingkat kesibukannya yang semakin tinggi. Hal ini juga sesuai pedoman kaidah jurnalistik KISS yakni *Keep it Short and simple*.
- b. *Adaptability* (kemampuan beradaptasi). Jurnalis *online* dituntut agar mampu menyesuaikan diri di tengah kebutuhan dan preferensi publik. Dengan adanya kemajuan teknologi, jurnalis dapat menyajikan berita dengan cara membuat berbagai keragaman cara, seperti penyediaan format suara, video, gambar, dalam suatu berita.
- c. *Scanability* (dapat dipindai) untuk memudahkan para audien, situs-situs dengan jurnalistik *online* hendaknya memiliki sifat dapat

²¹ *Ibid*, Hlm. 13-14,

dipindai, agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca informasi atau berita.ik

- d. *Interactivity* (interaktivitas). Komunikasi dari publik kepada jurnalis sangat dimungkinkan dalam jurnalisme *online*. Pembaca (*viewer*) dapat langsung memberikan komentar pada berita. Semakin audien dilibatkan, maka mereka akan merasa dihargai dan senang membaca berita pada *news online* media.
- e. *Community and conversation* (komunitas dan percakapan). Media *online* memiliki peran yang lebih besar daripada media cetak atau media konvensional lainnya, yakni sebagai penjaring. Jurnalistik *online* juga harus memberi jawaban atau timbal balik atas sebuah balasan atas interaksi yang dilakukan publik tadi.

2.5. Karakteristik Jurnalisme *Online*

Rey G. Rosales²² dalam *The Element of Online Journalisme* menyebutkan jurnalisme *online* memiliki elemen multimedia dalam melakukan pemberitaanya, seperti meliputi dasar (*basic*) dan *advance*. Elemen-elemen tersebut mencakup:

- a. *Headline*: judul yang bereda di berita ketika akan membuka isi tulisan tersebut secara lengkap.
- b. *Text*: sering disebut sebagai tulisan dalam satu halaman utuh atau terpisah ke dalam beberapa tautan (*link*).

²² *Ibid*, hlm. 17.

- c. *Graphic*: grafis sering di tampilkan dalam bentuk ilustrasi, gambar terkait isi berita tersebut.
- d. *Related linked*: isi tulisan terkait yang dapat menambah informasi dan menambah wawasan bagi pembaca, biasanya diletakan pada akhir tulisan.
- e. *Slide show*: koleksi foto untuk berita yang memiliki beberapa foto serta diberi keterangan foto.
- f. *Animation*: animasi atau gambar yang bergerak untuk mendukung ilustrasi berita.
- g. *Interactive features*: grafis yang dibangun khusus agar terdapat interaksi dengan pembaca, contohnya peta lokasi.
- h. *Interactive games*: masih jarang ditemui di Indonesia, biasanya di desain mini video games yang dapat di mainkan oleh pembaca.

2.6. Jenis-jenis Situs Berita

Dalam kegiatan praktik jurnalistik, laman berita *online* (*news online media*) Paling umum diaplikasikan sebagai media baru dalam akses informasi/berita. Media *online* dapat diklasifikasikan menjadi lima kategori seperti²³:

- a. Situs berita seperti “*edisi online*” dari media cetak surat kabar atau majalah seperti tempo.co dan kompas.com.

²³ *Ibid*, hlm. 32.

- b. Situs berita berupa “*edisi online*” media penyiaran radio, seperti radio Australia (radioaustralia.net.au) atau radio suara surabaya (suarasurabaya.net)
- c. Situs berita berupa “*edisi online*” media penyiaran televisi, seperti metrotvnews.com
- d. Situs berita *online*, “murni” yang tidak terafiliasi media cetak seperti detik.com dan viva.co.id.
- e. Situs “indeks berita” yang hanya menampilkan tautan berita dari situs berita lain. Seperti Yahoo! News, dan Google News – layanan komplikasi berita yang secara otomatis menampilkan berita dari berbagai media *online*.

Jurnalisme *online* sendiri hadir sebagai *role model* baru dari kegiatan jurnalistik. Walaupun memiliki kelebihan yaitu kecepatan, mudah di pindai, dapat dibaca kapan saja, hemat biaya dan menarik (video, audio, grafik, teks menjadi satu). Jurnalisme *online* sendiri tidak dapat menggantikan posisi jurnalisme konvensional dan jurnalisme penyiaran. Jurnalisme *online* sendiri hanya sebuah produk baru di media massa bagi masyarakat dan akan selalu bersaing dengan produk jurnalisme yang lain untuk mencuri perhatian masyarakat.

2.7. Objektivitas Berita

Konsep obyektivitas dalam peliputan adalah masalah *subtle* dan bahkan hampir hanya sebatas mitos. *Term* ini baru dipakai dalam wacana jurnalisme pada tahun 1920-an. Sebelumnya, istilah yang selalu digunakan

dalam diskursus jurnanisme adalah kata *unbiased* (tidak memihak, tidak bias) dan *uncolored* (tidak diwarnai oleh opini pribadi, benar berdasarkan fakta nyata di lapangan). Istilah-istilah ini menurut pengertian aslinya berarti menemukan kebenaran melalui usaha sungguh-sungguh sebagaimana layaknya ilmuwan berusaha mencari menemukan kebenaran (*finding the truth though rigorous methodology of scientist*)²⁴.

Tidak heran, kalau hal sempat ini mengundang perdebatan alot antara kubu pro objektivitas dan pihak yang anti objektivitas. John C. Merrill seperti dikutip Eriyanto menyatakan bahwa objektivitas jurnalistik itu mustahil terwujud karena semua aktivitas jurnalistik pada dasarnya adalah subjektif. Ini lanjutnya, bisa dilihat dari mulai pencarian berita, peliputan, penulisan sampai editing yang kesemuanya adalah melibatkan subjektivitas wartawan; kenapa suatu peristiwa diliput, siapa yang diwawancarai, apa yang ditanyakan, kemana kecenderungan berita ditulis, kenapa mengambil sudut pandang berita tertentu, bagian mana yang dihapus atau ditonjolkan.²⁵

Sebaliknya, Everette E. Dennis memandang objektivitas jurnalistik sangat dimungkinkan dan bukan sesuatu yang mustahil. Ini, lanjutnya, karena semua kegiatan jurnalistik pada dasarnya dapat diukur dengan nilai-nilai objektif. Ini bisa dilihat dari beberapa prinsip seperti: memisahkan fakta dari opini, menghindari pandangan emosional dalam memandang peristiwa, memberikan prinsip keseimbangan dan keadilan serta melihat

²⁴Richard Strefuss, "*Objectivity in Journalism: A Search and Assessment*", Journalism Quarterly, 67, 1990, hlm. 973-975.

²⁵Eriyanto, "*Objektivitas Media: Pandangan Konstruksionis dan Positivistik*", Jurnal Pantau, 08, 2000, hlm. 87.

peristiwa dari dua perspektif. Dennis percaya, objektivitas dapat diterapkan apabila mengadopsi metoda dan prosedur yang dapat membatasi subjektivitas wartawan atau editor. Prosedur ini diterapkan baik pada tingkat peristiwa yang akan diliput (apa pertimbangan objektif dan rasional mengapa suatu peristiwa diliput), mencari data (dari mana saja data diambil), sampai menulis (kata apa yang dipakai), *editing* tulisan (apa alasan menempatkan berita menjadi *headline*), dan lain sebagainya.²⁶

Meski konsep objektivitas mengundang perdebatan Severin dan Tankard (memberikan jalan keluar dari perdebatan ini dengan cara selalu berusaha meliput warta dalam *report* yang memungkinkan dilakukannya validasi dan verifikasi terhadap objek berita serta menghindari sejauh mungkin *inference* (kesimpulan), *judgement* (penilaian), dan *slanting* (memilih dan memilah bahan yang sesuai atau tidak sesuai dengan materi yang sedang dideskripsikan).²⁷

Objektivitas menurut Dennis McQuail adalah mengambil posisi terpisah dan netral dengan menanggalkan subjektivitas dan pendapat pribadi wartawan terhadap objek pemberitaan atau sumber berita. Ini juga berarti memegang teguh secara ketat prinsip akurasi dan kriteria kebenaran seperti relevansi dan kelengkapan data²⁸.

Untuk menjelaskan konsep ini, Wasterstahl Dennis McQuail menyatakan bahwa objektivitas meliputi dua konsep utama yakni: (1)

²⁶ *Ibid*, hlm. 87.

²⁷ Werner J Severin, James W Tankard, *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*, Longman, New York, 1992, hlm. 82-83.

²⁸ Dennis McQuail, *Mass Communication Theoris*, Sage, London, 2000, hlm. 172

impartiality (sikap nonpartisan) yang mencakup aspek *balance* (keberimbangan) dan *neutrality* (sikap netral). (2) Faktualitas yang mencakup *truth* (kebenaran), *relevance* (relevansi) dan *informativeness* (lihat tabel di bawah). Menurutnya, objektivitas berkaitan dengan nilai dan fakta yang memiliki implikasi evaluatif. Faktualitas berarti sebuah bentuk reportase tentang peristiwa dan pernyataan yang bisa diverifikasi terhadap sumber berita dan disajikan bebas dari opini subjektif wartawan atau paling tidak terpisah dari komentar subjektif. Ini juga meliputi kelengkapan data, akurasi data dan wujudnya niat untuk tidak menyembunyikan apa yang penting.²⁹

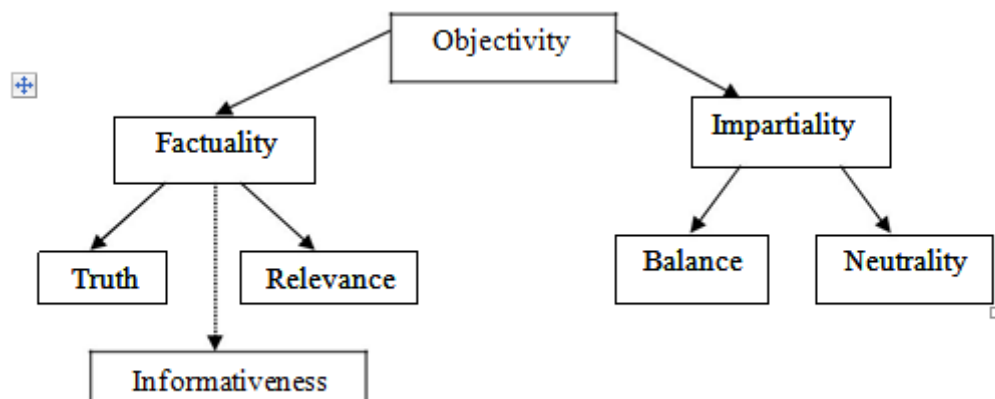
Relevansi lebih berkaitan dengan proses pemilihan daripada dengan bentuk penyajian. Hal ini mempersyaratkan bahwa proses seleksi tersebut berlangsung secara jelas dan berkesinambungan tentang apa yang penting untuk masyarakat. Dengan kata lain, apa yang berkaitan secara langsung terhadap masyarakat adalah yang paling relevan.

Adapun *impartiality* mengasumsikan sebuah sikap netral yang harus diwujudkan dengan menerapkan prinsip keberimbangan (keberimbangan waktu/ruang/penekanan) dalam memperlakukan penafsiran, pandangan yang bertentangan serta menyajikan hal tersebut secara tidak berpihak. Singkat kata, informasi yang tersaji dalam pers harus objektif dalam arti akurat, jujur, cukup lengkap, sesuai dengan realitas, terpercaya dan terpisah dari gagasan subjektif. Di samping itu, informasi harus tersaji secara

²⁹ *Ibid*, hlm. 173.

berimbang dan adil serta memaparkan pendapat-pendapat alternatif dengan cara yang tidak bias dan tidak sensasional.³⁰

Gambar 2.1. Komponen Kriteria Objektivitas (Westerstahl, 1983)



Sumber: Dennis McQuail, *Mass Communication Theory*, 4th Edition, London: Sage Publication, 2000, Hal. 173.³¹

2.8. Pengaruh Isi Media

Apa yang disajikan oleh media, pada dasarnya adalah hasil akumulasi dari pengaruh yang beragam. Pamela J. Shoemaker dan Stephan D. Reese, meringkas berbagai faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam ruang redaksi.

2.8.1 Level Individual

Faktor ini berhubungan dengan latar belakang profesional dari pengelola media mempengaruhi pemberitaan yang akan di tampilkan kepada khalayak. Latar belakang individu seperti jenis

³⁰ *Ibid*, hlm. 173-174.

³¹ *Ibid*, hlm. 173

kelamin, umur, atau agama, dapat mempengaruhi apa yang ditampilkan media³².

2.8.2 Level Rutinitas Media (*Media Routine*)

Rutinitas media sangat berhubungan dengan mekanisme dan penentuan berita. Setiap media rata-rata umumnya mempunyai ukuran tersendiri terkait tentang yang disebut berita. Ukuran tersebut adalah rutinitas yang berlangsung setiap hari dan menjadi prosedur standar bagi pengelola media yang terlibat di dalamnya. Rutinitas media akan mempengaruhi bagaimana wujud akhir dari sebuah berita³³.

2.8.3 Level Organisasi

Level organisasi sendiri berhubungan dengan struktur organisasi yang secara hipotetik mempengaruhi pemberitaan. Setiap organisasi berita, selain mempunyai banyak juga mempunyai tujuan dan filosofi organisasi sendiri. Elemen tersebut mempengaruhi bagaimana seharusnya wartawan bersikap dan bagaimana juga seharusnya peristiwa disajikan dalam berita³⁴.

2.8.4 Level Ekstramedia

Pada level ini berhubungan dengan faktor lingkungan di luar media. Meskipun posisinya berada di luar organisasi media, hal ini

³² Agus Sudibyo, *Politik Media dan pertarungan Wacana*, LKIS, Yogyakarta, 2012, hlm 7-8.

³³ *Ibid*, hlm. 8,

³⁴ *Ibid*, hlm. 9,

sedikit banyak dapat memengaruhi pemberitaan media. Terdapat beberapa faktor yang termasuk dalam lingkungan di luar media:

a. Sumber Berita

Sumber berita dipandang bukanlah sebagai pihak yang netral sebagai pemberi informasi apa adanya, ia juga mempunyai kepentingan untuk mempengaruhi media dengan berbagai alasan. Ia akan memberikan informasi yang sekiranya baik bagi dirinya dan menutupi informasi yang tidak baik bagi dirinya³⁵.

b. Sumber Penghasilan Media

Sumber penghasilan media bisa berupa pelanggan/pembeli media. Media harus mampu bertahan. Tidak jarang untuk tetap bertahan ditengah gempuran zaman dan teknologi sebuah media harus mampu berkompromi dengan pihak yang memberikan sumber daya kehidupan mereka. Contohnya media tertentu tidak akan memberikan kasus tertentu yang berhubungan dengan pengiklan. Pihak pengiklan juga mempunyai strategi untuk memaksakan versinya pada media³⁶.

c. Pihak Eksternal

Pihak Eksternal sendiri, seakan seperti Pemerintah dan lingkungan bisnis. Pega di truh ini sangat di tentukan oleh corak dari masing-masing lingkungan eksternal media. Contohnya dalam negara otoriter misalnya, pengaruh pemerintah menjadi

³⁵ *Ibid*, hlm. 10

³⁶ *Ibid*, hlm. 11.

faktor yang dominan dalam menentukan berita apa yang akan disajikan.³⁷

d. Level Ideologi

Ideologi disini diartikan sebagai kerangka cara berpikir atau kerangka referensi tertentu yang dipakai oleh individu untuk melihat realitas dan bagaimana mereka menghadapinya. Pada level ideologi akan melihat lebih kepada yang berkuasa di masyarakat dan bagaimana media menentukan.

2.9. Jurnalis dan Berita

Di zaman sekarang, para wartawan sering kali diletakan hanya pada sebagai salah satu elemen manajemen media yang melakukan pekerjaan hanya untuk kepentingan modal. Pada suatu tingkat, wartawan di zaman sekarang tidak lagi hanya bekerja untuk kepentingan publik, tetapi juga harus bekerja untuk melayani kepentingan pemilik modal.

Wartawan harus berupaya agar medianya tampil atraktif terutama dalam urusan pemberitaan, sehingga dapat berdampak membantu industri media dalam menjual ruang atau waktu untuk iklan. Sebagaimana diketahui secara luas, iklan merupakan sumber terbesar pendapatan utama di semua media termasuk di Indonesia.³⁸

Disamping itu, sudah bisa dikatakan para editor-disamping pemilik modal- yang pada akhirnya menentukan peristiwa mana yang diberikan,

³⁷ *Ibid*, hlm. 12.

³⁸ Pawito, *Komunikasi Politik Media Massa dan Kampanye Pemilihan*, Jalasutra, Yogyakarta, 2009, hlm. 119.

tokoh siapa, dan tentang persoalan (*frame*) apa yang harus ditonjolkan, dan seberapa sering sebuah peristiwa akan diberikan. Secara politis sebenarnya peristiwa-peristiwa tersebut dan juga tokoh-tokoh yang ada didalamnya sengaja diberi bobot, dan diberi makna tertentu oleh wartawan (reporter dan terutama editor) dengan berita yang akan di tampilkan di hadapan publik.

Hal tersebut seringkali menimbulkan ketidakpuasan bagi kalangan-kalangan tertentu yang menjadi subjek pemberitaan, terutama ketika karakter pemberitaan cenderung tidak dapat memenuhi standar profesional pemberitaan yang meliputi tiga hal pokok (a) kejujuran, (b) keakuratan, dan (c) keseimbangan.³⁹

Alhasil konglomerasi media mampu menempatkan jurnalis sebagai pencari informasi. Namun, isi serta isu yang dipilih oleh redaksi akan menyesuaikan ideologi dari media massa mereka. Karena media massa sendiri telah dimanfaatkan oleh pemegang media untuk memenuhi upaya kepentingannya, tentunya dalam proses mencari berita tersebut wartawan dituntut memenuhi kebutuhan tersebut.

2.10. Konsep Framing

Gagasan mengenai framing pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1955. Mulanya *frame* dimaknai sebagai struktur konseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik, kebijakan, dan wacana serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresiasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh

³⁹ *Ibid*, hlm. 121.

Goffman pada tahun 1974, yang mengandaikan frame sebagai kepentingan-kepentingan perilaku (*strip of behaviour*) yang membimbing individu dalam membaca realitas⁴⁰.

Analisis *framing* bukan hanya berkaitan dengan individual pekerja media. Akan tetapi, pembingkaihan berhubungan dengan proses produksi berita, kerangka kerja, dan rutinitas organisasi media. Wartawan hidup dan bekerja dalam satu institusi yang mempunyai pola kerja, kebiasaan, aturan, norma, etika, dan rutinitas tersendiri di setiap media. Semua elemen produksi berita tersebut mempengaruhi bagaimana peristiwa dipahami, sehingga tiap berita yang disajikan akan berbeda meskipun adalah berita yang sama. Menurut Fishman⁴¹, ada dua kecenderungan studi bagaimana proses sebuah produksi berita dilihat. Pendekatan *pertama* disebut sebagai pandangan seleksi berita (*selectivity of news*). Pandangan ini sering menciptakan teori *gatekeeper*, proses produksi berita adalah proses seleksi.

Wartawan akan memilah isi berita mana yang penting dan mana yang tidak. Setelah itu berita akan berada di ranah redaktur, berita tersebut akan diseleksi dan disunting dengan cara menekankan bagian mana yang perlu dikurangi atau ditambah. Pandangan ini seolah-olah ada realitas yang benar-benar riil yang ada di luar diri dari wartawan. Realitas tersebut akan diseleksi oleh wartawan untuk kemudian dibentuk sebagai berita.

⁴⁰ Alex Sobur, *Analisis Teks Media: Suara Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2006. Hlm. 161.

⁴¹ Eriyanto, *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*, LKIS, Yogyakarta, 2005, hlm. 100.

Pendekatan *kedua* adalah pendekatan pemebentukan berita (*creation of news*). Dalam perspektif ini, sebuah peristiwa bukan diseleksi, melainkan dibentuk. Wartawanlah yang membentuk peristiwa: mana yang disebut berita dan mana yang tidak. Peristiwa dan realitas sebenarnya bukan diseleksi, melainkan dibelokkan atau dikreasi oleh media melalui wartawan.

Hal ini juga diungkapkan oleh Eriyanto⁴² bahwa berita dihasilkan dari pengetahuan dan pikiran, bukan karena objektif yang berada di luar wartawan tersebut. Oleh karena itu, berita yang dikonsumsi oleh masyarakat hingga saat ini dapat dikatakan bukan informasi yang berdasarkan objektivitas media dalam menyajikannya melainkan proses pembentukan sedemikian rupa sehingga masyarakat berpikir sama seperti apa yang dikehendaki media.

Entman melihat *framing* dalam dua dimensi besar yakni, seleksi isu dan penekanan atau penonjolan aspek-aspek realitas. Kedua faktor ini dapat mempertajam *framing* berita melalui proses seleksi isu yang layak ditampilkan dan penekanan isi beritanya. Perspektif wartawanlah yang akan menentukan fakta yang dipilihnya, ditonjolkannya, dan dibuangnya. Di balik semua ini, pengambilan keputusan mengenai sisi mana yang ditonjolkan tentu melibatkan nilai dan ideologi para wartawan yang terlibat dalam produksi sebuah berita⁴³.

⁴² *Ibid*, hlm. 101.

⁴³ Pinckey Triputra, *Isi Media sebagai Produk Interaksi Antar Agensi: Kasus Media Cetak pada Mei 1998*, dalam Hidayat, Dedy N., dkk. (ed) *Pers dalam Revolusi Mei: Runtuhnya Sebuah Hegemoni*, Gramedia, Jakarta, 2000, hlm. 412.

Belakangan ini konsep *framing* telah digunakan secara luas dalam literatur ilmu komunikasi untuk menggambarkan proses penyeleksian dan penyorotan aspek-aspek khusus sebuah realita oleh media. Konsep tentang *framing* atau *frame* sendiri bukan murni konsep ilmu komunikasi, akan tetapi dipinjam dari ilmu kognitif (psikologis). Dalam praktiknya, analisis *framing* juga membuka peluang bagi implementasi konsep-konsep sosiologis, politik, dan kultural untuk menganalisis fenomena komunikasi, sehingga suatu fenomena dapat diapresiasi dan dianalisis berdasarkan konteks sosiologis, politis, atau kultural yang melingkupinya⁴⁴.

2.11. Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki

2.11.1 Proses Framing

Framing didefinisikan sebagai proses membuat suatu pesan lebih menonjol, menempatkan informasi lebih dari pada yang lain sehingga khalayak lebih tertuju pada pesan tersebut. Menurut Pan dan Kosicki, ada dua konsep dari *framing* yang saling berkaitan. Pertama dalam konsep psikologi. *Framing* dalam konsep ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang memproses informasi dalam dirinya.

Framing dilihat sebagai penempatan informasi dalam suatu konteks yang unik/khusus dan menempatkan elemen tertentu dari suatu isu dengan penempatan lebih menonjol dalam kognisi seseorang. Elemen-elemen yang diseleksi dari satu isu/peristiwa

⁴⁴ Agus Sudibyo, *Citra Bung Karno, Analisis Berita Pers Orde Baru*, Yogyakarta, Bigraf, 1999, hlm. 176.

tersebut menjadi lebih penting dalam mempengaruhi pertimbangan membuat keputusan tentang realitas.⁴⁵

Kedua konsep sosiologis. Di sini *frame* dipahami sebagai proses bagaimana seseorang mengklasifikasikan, mengorganisasikan, dan menafsirkan pengalaman sosialnya untuk mengerti dirinya dan realitas diluar dirinya. *Frame* berfungsi membuat suatu realitas menjadi teridentifikasi, dipahami dan dapat dimengerti karena sudah dilabeli dengan label tertentu.⁴⁶

Dalam media, *framing* dipahami sebagai perangkat kognisi yang digunakan dalam informasi untuk membuat kode, menafsirkan, dan menyampaikannya untuk dikomunikasikan dengan khalayak yang semuanya dihubungkan dengan konvensi, rutinitas dan praktik profesional wartawan. *Framing* lalu dimaknai sebagai suatu strategi atau cara wartawan dalam mengkonstruksi dan memproses peristiwa untuk disajikan kepada khalayak.⁴⁷

Sehingga dapat disimpulkan, bahwa proses *framing* yang di pahami secara struktur internal dalam alam pikir manusia (psikologis) dan *framing* yang dipahami sebagai perangkat yang melekat dalam wacana sosial/politik (sosiologis) oleh Pan dan Kosicki diintegrasikan secara bersama-sama untuk melihat konstruksi media atas realitas. Dalam penelitian framing,

⁴⁵Pawito, *Komunikasi Politik Media Massa dan Kampanye Pemilihan*, Jalasutra, Yogyakarta, 2009, hlm. 290-291.

⁴⁶ *Ibid*, hlm. 291

⁴⁷ *Ibid*, hlm. 292

seorang peneliti harus mampu melihat isi media berdasarkan konstruksi yang dibentuk oleh media. Melalui analisis framing model Pan dan Kosicki peneliti akan memaknai makna yang dibentuk oleh media atas sebuah peristiwa yang dikabarkan lewat berita.

2.11.2 Perangkat Framing

Dengan cara apa wartawan atau media menonjolkan pemaknaan atau penafsiran mereka atas suatu peristiwa? Wartawan memakai secara strategis kata, kalimat, lead, hubungan antarkalimat, foto, grafik, dan perangkat lain untuk membantu dirinya mengungkapkan pemaknaan mereka sehingga dapat dipahami oleh pembaca. Model ini berasumsi bahwa setiap berita mempunyai *frame* yang berfungsi sebagai pusat dari organisasi ide.

Dalam perangkat ini, perangkat framing dibagi kedalam empat struktur besar yaitu, struktur **sintaksis**, **skrip**, **tematik** dan **retoris**. Keempat struktur tersebut merupakan suatu rangkaian yang dapat menunjukkan framing dari suatu media. Kecenderungan wartawan dalam memahami suatu peristiwa dapat diamati dalam empat struktur tersebut. Pendekatan itu dapat digambarkan dalam bentuk skema sebagai berikut.⁴⁸

⁴⁸ *Ibid*, hlm. 293

a. Sintaksis

Dalam wacana berita, sintaksis menunjuk pada pengertian susunan dan bagaimana berita – *headline*, *lead*, latar informasi, sumber, penutup – dalam satu kesatuan teks berita secara keseluruhan. Bagian itu tersusun dalam bentuk yang tetap dan teratur sehingga membentuk skema yang menjadi pedoman bagaimana fakta hendak disusun. Bentuk sintaksis yang paling populer adalah piramida terbalik yang dimulai dari judul, *headline*, *lead*, episode, latar, dan penutup.⁴⁹

b. Skrip

Skrip adalah salah satu strategi wartawan dalam mengkonstruksi berita: bagaimana suatu peristiwa dipahami melalui cara tertentu dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan tertentu. skrip memberikan tekanan mana yang didahulukan dan bagian mana yang bisa kemudian sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting. Upaya penyembunyian itu dilakukan dengan menempatkan dibagian akhir agar terkesan kurang menonjol. Bentuk umum dari struktur skrip adalah pola 5W+1H-*who*, *what*, *when*, *where*, *why*, dan *how*.⁵⁰

⁴⁹ *Ibid*, hlm. 295-296

⁵⁰ *Ibid*, hlm. 299-300

c. Tematik

Struktur tematik dapat diamati dari bagaimana peristiwa itu diungkapkan atau dibuat oleh wartawan. Dalam menulis berita, seseorang wartawan mempunyai tema tertentu atas suatu peristiwa. Ada beberapa elemen yang dapat diamati diantaranya adalah koherensi: pertalian atau jalinan antarkata, proposisi atau kalimat. Dua buah kalimat atau proposisi yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan dengan menggunakan koherensi.⁵¹

Ada beberapa macam koherensi diantaranya:

- 1) Koherensi sebab-akibat: Proposisi atau kalimat satu dipandang sebagai akibat dari preposisi lain.
- 2) Koherensi penjelas: proposisi atau kalimat satu dilihat sebagai penjelas proposisi kalimat lain.
- 3) Koherensi pembeda: Proposisi atau kalimat satu dipandang kebalikan atau lawan dari proposisi atau kalimat lain.

d. Retoris

Struktur retorik dari wacana berita menggambarkan pilihan gaya atau kata yang dipilih oleh wartawan untuk menekankan arti yang ingin ditonjolkan oleh wartawan. Wartawan menggunakan perangkat retorik untuk membuat

⁵¹ *Ibid*, hlm. 301-303

citra, meningkatkan kemenonjolan pada sisi tertentu dan meningkatkan gambaran yang diinginkan dari suatu berita. Ada beberapa elemen retorik yang dipakai oleh wartawan.⁵² Mereka adalah:

- 1) Leksikon: pilihan dan pemakaian kata-kata tertentu untuk menandai atau menggambarkan peristiwa.
- 2) Menggunakan unsur grafis: biasanya muncul lewat pemakaian huruf tebal, huruf miring, pemakaian garis bawah, huruf yang dibuat dengan ukuran lebih besar.
- 3) Selain huruf, unsur yang grafis juga muncul dalam bentuk foto, gambar, tabel dan pemberian warna atau efek lain.
- 4) Grafik memberikan efek kognitif, ia mengontrol perhatian dan ketertarikan secara intensif dan menunjukkan apakah suatu informasi itu dianggap penting dan menarik sehingga harus dipusatkan/difokuskan.⁵³

2.12. Pulau Sempu

2.12.1 Dasar Penunjukan dan Luas Pulau

Kawasan hutan Pulau Sempu ditunjuk sebagai Cagar Alam berdasarkan *Besluit van den Gouverneur General van Nederlandsch Indie* No. 69 dan No. 46 tanggal 15 Maret 1928

⁵² *Ibid*, hlm. 304

⁵³ *Ibid*, hlm. 304-306.

tentang *Aanwijzing van het natourmonument Poelau Sempoe* dengan luas 877ha⁵⁴.

2.12.2 Lokasi Pulau

Secara administratif Pulau Sempu terletak di Dusun Sendang Biru, Desa Tambak Rejo, Kecamatan Sumbermanjing Wetan, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur sekitar 69 Km ke arah selatan dari Kota Malang. Sedangkan secara geografis terletak antara 112°40'45" Bujur Timur dan 8°24'54" Lintang Selatan. Berada di ketinggian 250 meter di atas permukaan laut, Pulau Sempu setiap tahunnya mendapatkan curah hujan 2.469,2 mm⁵⁵.

2.12.3 Potensi Kawasan

a. Flora

Cagar Alam Pulau Sempu memiliki beberapa tipe ekosistem, mulai dari hutan pantai, mangrove, dan hutan tropis dataran rendah yang mendominasi keseluruhan area pulau. Jenis vegetasi yang dapat ditemukan di seluruh area Pulau Sempu antara lain bendo (*Artocarpus elasticus*), triwulan (*Terminalia*), wadang (*Pterocarpus javanicus*), dan *Buchanania arborescens*. Tutupan vegetasi sampai saat ini masih sangat baik⁵⁶.

⁵⁴ <http://bbksdajatim.org/cagar-alam-pulau-sempu>, pada tanggal 20 Maret 2019 pukul 20.34 WIB.

⁵⁵ *Ibid.*

⁵⁶ *Ibid.*

Vegetasi hutan pantai didominasi oleh *Barringtonia racemosa*, nyamplung (*Calophyllum inophyllum*), ketapang (*Terminalia catappa*), waru laut (*Hibiscus tiliaceus*) dan pandan (*Pandanus tectorius*). Terdapat 4 (empat) jenis vegetasi mangrove yang dapat dijumpai, yaitu bakau ditemukan dua jenis (*Rhizophora mucronata* dan *Rhizophora apiculata*), api-api (*Avicennia sp.*) dan tancang (*Bruguiera sp.*)⁵⁷.

b. Fauna

Jenis satwa liar yang terdapat di kawasan Cagar Alam Pulau Sempu antara lain: lutung jawa (*Trachypithecus auratus*), kera hitam (*Presbytis cristata pyrrha*), kera abu-abu (*Macaca fascicularis*), babi hutan (*Sus sp.*), kijang (*Muntiacus muntjak*), kancil (*Tragulus javanicus*), raja udang (*Alcedo atthis*), ikan belodok (*Periophthalmus sp.*), kepiting (*Ocypoda stimpsoni*), dan kelomang (*Dardanus arropsor*), kupu-kupu (*Sastragala sp.*) dan semut (*Hymenoptera*)⁵⁸.

2.12.4 Keunikan Pulau

Kawasan ini memiliki beberapa tipe ekosistem antara lain tipe ekosistem hutan mangrove, hutan pantai, dan hutan hujan tropis dataran rendah. Keunikan lain adalah ekosistem Segara

⁵⁷ *Ibid.*

⁵⁸ *Ibid.*

Anakan yang merupakan danau di dalam kawasan yang airnya berasal dari air laut yang melewati celah bebatuan karang⁵⁹.



⁵⁹ *Ibid.*